

## **Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan Pemilihan *Media Partner* untuk Peluncuran Produk (*Smart Launch*)**

Vivi Afifah<sup>1</sup>, Muhamad Sidik<sup>2</sup>, Dwipo Setyantoro<sup>3</sup>  
Institut Teknologi dan Bisnis BRI, Universitas Persada Indonesia Y.A.I.,  
Institut Teknologi dan Bisnis BRI  
vivi.afifah@bri-institute.ac.id, diqradiq@gmail.com, dwipo@bri-institute.ac.id

### **ABSTRAK**

Penggunaan sistem sebagai media pencarian media partner untuk brand yang akan membuat *event launching* produk. Metode yang digunakan dalam pembuatan sistem informasi tempat ini menggunakan metode SMART untuk proses penilaian media. Pada hasil dari penelitian *brand* yang sudah membuat *event* dan bekerjasama dengan media akan melihat *review* yang telah dibuat oleh media sebagai proses pemasaran produk, kemudian *brand* memberi penilaian yang diinput didalam form penilaian yang menjadi akhir dari proses didalam sistem yang bertujuan mempermudah pelaku usaha yang ingin meluncurkan produknya dengan mudah dalam menentukan tempat, waktu dan media partner sebagai mediator untuk testimoni dan mereview produknya sehingga dapat dipasarkan dengan menggunakan media informasi baik oleh *blogger* atau jurnalis. *Smart launch* memberikan pilihan tempat atau *venue* sesuai kebutuhan *brand* tersebut, selain *venue smart launch* juga memberikan beberapa media partner yang sangat professional dalam menjalankan tugasnya. Brand dapat memilih media partner berdasarkan rating dan tarif sesuai kebutuhan. *Brand* akan dapat dengan mudah melakukan peluncuran produknya hanya dengan mengkonfirmasi ke pihak admin dan melakukan verifikasi jadwal yang sudah ditentukan agar admin dapat melakukan *approval* ke pihak *venue* dan *media partner*.

Kata kunci : sistem penunjang keputusan, media informasi, *smart launch*, *media partner selection*

### **ABSTRACT**

*The use of the system as a media partner for media search for brands that will create product launching events. The method used in making this place information system uses the SMART method for the media assessment process. In the results of the research, brands who have created events and collaborated with the media will see reviews that have been made by the media as a product marketing process, then the brand gives an assessment which is inputted in the assessment form which is the end of the process in the system that aims to make it easier for business actors who want to launch its products easily determine the place, time and media partner as a mediator for testimonials and reviewing their products so that they can be marketed using information media either by bloggers or journalists. Smart launch provides a choice of place or venue according to the needs of the brand, in addition to the smart launch venue, it also provides several media partners who are very professional in carrying out their duties. Brands can choose media partners based on ratings and rates as needed. Brands will be able to easily launch their products just by confirming to the admin and verifying the schedule that has been determined so that the admin can approve the venue and media partners.*

Keyword : *decision support system, information media, smart launch, media partner selection*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin baik terus memunculkan ide kreatif dari para aktor teknologi terutama dalam bidang Ilmu Komputer. Adanya media informasi berbasis internet yang dapat digunakan oleh masyarakat dengan tujuan membantu menemukan informasi yang sedang dibutuhkan atau ingin dicari, namun, masih terdapat beberapa kekurangan informasi terkait partner media sebagai sarana kerjasama dengan perusahaan atau brand yang ingin meluncurkan produk dengan mudah. Inovasi teknologi dibutuhkan dalam mengatasi permasalahan tersebut. *Smart launch* adalah suatu ruang bagi perusahaan yang membutuhkan partner media dalam hal bisnis terutama untuk launching produk terbaru yang dapat diakses secara online dengan menggunakan media internet. *Smart Launch* memberikan informasi partner media seperti pers untuk peliputan produk perusahaan dan *blogger* untuk penulisan artikel secara real dengan dilakukannya *product test session* pada saat *peluncuran* produk. Kemudahan mengakses media informasi secara *online* oleh masyarakat tentu dijadikan sebagai sasaran *market* bagi perusahaan dengan berbagai macam produk terbaiknya. Perusahaan sangat terbantu dengan adanya media pers dan *blogger* sebagai aktor dalam memasarkan produk yang akan dipasarkan melalui media informasi ke masyarakat luas.

Perusahaan dalam menentukan media partner sebagai sarana media peluncuran produknya yaitu dengan adanya beberapa pilihan kategori diantaranya: informasi *profile* tentang media pers dan *blogger* sesuai dengan rating dan tarif dalam bekerja sebagai jurnalis maupun penulis artikel sehingga perusahaan dapat menentukan *media partner* sesuai keinginan dengan menggunakan sistem pendukung pengambilan keputusan menggunakan

metode *Simple Multi Attribute Rating Technique (SMART)*. Pengambilan keputusan multi atribut ini digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam memilih alternatif dari kriteria yang perusahaan inginkan dalam menentukan media partner untuk peluncuran produknya.

### 1.2. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana membangun smart launch yang mudah digunakan oleh perusahaan dan media partner sebagai media bisnis?
- 2) Bagaimana membangun sistem pemilihan berdasarkan kategori rating pada smart launch?
- 3) Bagaimana sistem smart launch dapat digunakan dengan baik oleh penggunanya?

### 1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Membangun *smart launch* sebagai sarana media informasi untuk perusahaan dalam mencari *media partner* yang memudahkan kerjasama antara perusahaan dan jurnalistik.
- 2) Membangun Sistem pemilihan untuk meliput dan melakukan test produk pada event launch yang berbasis web.
- 3) Memberikan informasi kualitas kinerja media partner berdasarkan rating untuk meningkatkan kualitas produk dengan hasil karya jurnalistik maupun artikel *media partner* sebagai sarana untuk memasarkan produk ke masyarakat melalui *test session* produk dan ditayangkan melalui media informasi.

### 1.4. Metode Penelitian

Metode yang digunakan menggunakan Simple Multi Attribute Rating Technique (Smart). Metode ini terdiri dari sepuluh tahap, yaitu :

- 1) Mengidentifikasi masalah;
- 2) Mengidentifikasi kriteria-kriteria yang digunakan dalam membuat keputusan;
- 3) Mengidentifikasi alternatif yang akan dievaluasi dan proses pengumpulan data;

- 4) Mengidentifikasi batasan kriteria yang relevan untuk penilaian alternatif;
- 5) Melakukan peringkat terhadap kedudukan kepentingan kriteria;
- 6) Memberi bobot pada setiap kriteria dengan nilai yang dapat ditentukan oleh *user* sendiri;
- 7) Menghitung normalisasi bobot kriteria;
- 8) Mengembangkan *single-attribute utilities*;
- 9) Menghitung penilaian/utilitas terhadap setiap alternatif
- 10) Memutuskan nilai utilitas dari setiap alternatif 9.

## 2. LANDASAN TEORI

Menurut Saleh, Abdul Rahman (2010) World Wide Web atau WWW atau juga dikenal dengan WEB adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai computer yang terhubung ke internet. Web ini menyediakan informasi bagi pemakai komputer yang terhubung ke internet dari sekedar informasi atau informasi yang tidak berguna sama sekali sampai informasi yang serius; dari informasi yang bersifat gratis sampai informasi yang komersial.

Menurut Connolly & Begg (2010, p65), basis data adalah sebuah kumpulan data yang saling berelasi secara logika dan dirancang untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh suatu organisasi.

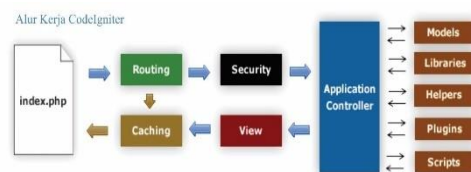
Menurut (Haidi Barasa,2013) MySQL adalah *Relational Database Management System (RDBMS)* yang di distribusikan secara gratis dibawah lisensi *GPL (General Public License)*. Di mana setiap orang bebas untuk menggunakan MySQL, namun tidak boleh dijadikan produk turunan yang bersifat komersil. MySQL sebenarnya merupakan turunan salah satu konsep utama dalam database sejak lama, yaitu *SQL (Structured Query Language)*.

Arief (2011c:43) PHP adalah Bahasa *server-side-scripting* yang menyatu dengan HTML untuk membuat halaman web yang dinamis. Karena PHP merupakan *server-side-*

*scripting* maka *sintaks* dan perintah-perintah PHP akan dieksekusi diserver kemudian hasilnya akan dikirimkan ke *browser* dengan format HTML.

Menurut Nugroho (2006 b:61) “PHP atau singkatan dari Personal Home Page merupakan bahasa skrip yang tertanam dalam HTML untuk dieksekusi bersifat *server side*”. PHP termasuk dalam *open source product*, sehingga *source code* PHP dapat diubah dan didistribusikan secara bebas.

*CodeIgniter* adalah sebuah *web application network* yang bersifat *open source* yang digunakan untuk membangun aplikasi php dinamis. *CodeIgniter* menjadi sebuah *framework* PHP dengan model *MVC (Model, View, Controller)* untuk membangun *website* dinamis dengan menggunakan PHP yang dapat mempercepat pengembang untuk membuat sebuah aplikasi *web*. Selain ringan dan cepat, *CodeIgniter* juga memiliki dokumentasi yang super lengkap disertai dengan implementasi kodenya. Dokumentasi yang lengkap inilah yang menjadi salah satu alasan kuat mengapa banyak orang memilih *CodeIgniter* sebagai framework pilihannya. Kelebihan yang dimiliki oleh *CodeIgniter*, pembuat PHP Rasmus Lerdorf memuji *CodeIgniter* di frOSCon (Agustus 2008) dengan mengatakan bahwa dia menyukai *CodeIgniter* karena “*it is faster, lighter and the least like a framework.*”



Gambar 2.1 Alur Kerja *CodeIgniter*

Media informasi Beberapa ahli mendefinisikan sebagai berikut :

- 1) Komponen strategi penyampaian yang dapat di muati pesan yang akan disampaikan kepada pembelajar bisa berupa alat, bahan, dan orang (Degeng, 2009:142)

- 2) Sobur (2006) media informasi merupakan “alat-alat grafis, fotografis atau elektronik untuk menangkap, memproses, serta menyusun kembali informasi visual”.
- 3) Media sebagai segala sesuatu yang bisa dipergunakan untuk menyalurkan pesan dan pengirim pesan kepada penerima pesan, agar dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa, sehingga proses belajar mengajar berlangsung dengan efektif serta efisien sesuai dengan yang diharapkan (Sadiman,dkk., 2008:6)
- 4) Alat yang secara fisik dipergunakan untuk menyampaikan isi materi, yang terdiri antara lain yaitu buku, tape-recorder, kaset, video kamera, video recorder, film, slide, foto, gambar, grafik, televisi, dan komputer (Gagne dan Briggs dalam Arsyad, 2006:4)

Jenis-jenis Media Informasi :

- 1) Media Lini Atas, Merupakan media yang tidak langsung bersentuhan dengan target audiens serta jumlahnya terbatas tetapi jangkauan target yang luas, seperti billboard, iklan televis, iklan radio, dan masih banyak lagi.
- 2) Media Lini Bawah, atau Suatu media iklan yang tidak disampaikan atau disiarkan melalui media massa serta jangkauan target hanya berfokus pada satu titik atau daerah, seperti brosur. Poster, flyer, Sign System dan masih banyak lagi.
- 3) Media Cetak dapat berupa brosur, Koran, majalah, poster,pamphlet, spanduk, dan masih banyak lagi
- 4) Media Elektronik Media ini dapat disampaikan melalui radio, kaset, kamera,handphone, dan internet.

Pengertian menurut Krismaji (2015:15) : Sistem informasi adalah cara-cara yang diorganisasi untuk mengumpulkan, memasukkan, dan mengolah serta menyimpan data, dan cara-cara yang diorganisasi untuk menyimpan, mengelola, mengendalikan,

dan melaporkan informasi sedemikian rupa sehingga sebuah organisasi dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Diana dan Setiawati (2011:4): Sistem informasi, yang kadang kala disebut sebagai sistem pemrosesan data, merupakan sistem buatan manusia yang biasanya terdiri dari sekumpulan komponen (baik manual maupun berbasis komputer) yang terintegrasi untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola data serta menyediakan informasi mengenai saldo persediaan.

Laudon (2014) yang mendefinisikan sistem informasi : Secara teknis sebagai sesuatu rangkaian yang komponen-komponennya saling terkait yang mengumpulkan (dan mengambil kembali), memproses, 9 menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan mengendalikan perusahaan.

### 3. METODOLOGI

Teknik *Simple Multi Attribute Rating Technique (SMART)* adalah teknik pengambilan keputusan multi kriteria didasari pada teori bahwa setiap alternatif terdiri dari sejumlah kriteria yang mempunyai beberapa nilai dan tiap-tiap kriteria memiliki bobot yang menggambarkan pentingnya kriteria itu dibanding dengan kriteria lainnya. Pembobotan ini digunakan untuk menilai setiap alternatif agar menghasilkan alternatif terbaik.

Teknik pengambilan keputusan multi kriteria ini didasarkan pada teori bahwa setiap alternatif terdiri dari sejumlah kriteria yang memiliki nilai dan setiap kriteria memiliki bobot yang menggambarkan kriteria dibandingkan dengan kriteria lain. Pembobotan ini digunakan untuk menilai setiap alternatif agar diperoleh alternatif terbaik. Model fungsi utiliti linear yang digunakan oleh *SMART* berikut:

$$\text{Maximize } \sum_{j=1}^k w_j \cdot u_{ij} \quad , \forall i = 1, \dots, n$$

Di mana :  $w_j$  adalah nilai pembobotan kriteria ke-  $j$  dari  $k$  kriteria,  $u_{ij}$  adalah nilai utility alternatif  $i$  pada kriteria  $j$ .

- 1) Pemilihan keputusan adalah mengidentifikasi mana dari  $n$  alternatif yang mempunyai nilai fungsi terbesar.
- 2) Nilai fungsi juga dapat untuk meranking  $n$  alternatif.

Menghitung normalisasi bobot kriteria:

$$w_j \text{ normalisasi} = \frac{w_j}{\sum_{j=1}^k w_j}$$

$w_j$  (normalisasi) adalah normalisasi bobot kriteria ke  $j$   
 $w_j$  adalah nilai pembobotan kriteria ke  $j$  dari  $k$  kriteria

Menurut Edward Terdapat sepuluh langkah dalam penyelesaian metode SMART yaitu :

Metode yang digunakan menggunakan Simple Multi Atribute Rating Technique (Smart). Metode ini terdiri dari sepuluh tahap, yaitu :

- 1) Mengidentifikasi masalah, pendefinisian oleh *decission maker* dilakukan agar pemberian nilai terhadap kriteria dapat sesuai dengan kepentingan kriteria tersebut terhadap alternatif.
- 2) Mengidentifikasi kriteria-kriteria yang digunakan dalam membuat keputusan.
- 3) Mengidentifikasi alternatif yang akan dievaluasi dan proses pengumpulan data.
- 4) Mengidentifikasi batasan kriteria yang relevan untuk penilaian alternatif.
- 5) Melakukan peringkat terhadap kedudukan kepentingan kriteria, dilakukan untuk dapat memberikan bobot pada setiap kriteria, bobot yang diberikan pada kriteria akan bergantung pada peringkat kriteria.
- 6) Memberi bobot pada setiap kriteria dengan nilai yang dapat ditentukan oleh *user* sendiri, dilakukan dua kali pembobotan yaitu berdasarkan kriteria yang dianggap paling penting dan berdasarkan kriteria yang dianggap paling tidak penting.
- 7) Menghitung normalisasi bobot kriteria. bobot yang diperoleh akan

dinormalkan dimana bobot setiap kriteria yang diperoleh akan dibagikan dengan hasil jumlah setiap bobot kriteria. Nilai dari dua normalisasi yang diperoleh akan dicari nilai rata-ratanya.

- 8) Mengembangkan *single attribute utilities* seberapa baik setiap alternatif dilihat dari setiap kriteria.
- 9) Menghitung penilaian/ utilitas terhadap setiap alternatif, perhitungan dilakukan menggunakan fungsi yang ada, yaitu :

$$\text{Maximize } \sum_{j=1}^k w_j \cdot u_{ij}$$

krit  $u_{ij}$

Dimana  $w_j$  adalah nilai pembobotan kriteria ke- $j$  dari nilai utility alternatif  $i$  pada kriteria  $j$ . Nilai  $w_j$  diperoleh dari langkah dan nilai  $u_{ij}$  diperoleh dari langkah 8.

- 10) Memutuskan Nilai utilitas dari setiap alternatif akan diperoleh dari langkah 9. Jika suatu alternatif tunggal yang akan dipilih, maka pilih alternatif dengan nilai utilitas terbesar.

Metode SMART memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode pengambilan keputusan lainnya yaitu:

- 1) Mungkin melakukan penambahan / pengurangan alternatif. Pada metode SMART penambahan, pengurangan alternatif tidak akan mempengaruhi perhitungan pembobotan karena setiap penilaian alternatif tidak saling bergantung.
- 2) Sederhana, perhitungan pada metode SMART sangat sederhana sehingga tidak memerlukan perhitungan matematis yang rumit yang memerlukan pemahaman matematika yang kuat..
- 3) Transparan proses menganalisa alternatif dan kriteria dalam SMART dapat dilihat oleh user sehingga user dapat memahami bagaimana alternatif itu dipilih, dapat dilihat dari prosedur

yang dilakukan dalam metode *SMART* mulai dari penentuan kriteria, pembobotan, dan pemberian nilai pada setiap alternatif.

- 4) Multikriteria, metode *SMART* mendukung pengambilan keputusan dengan kriteria yang banyak.
- 5) Fleksibel pembobotan yang dipakai di dalam metode *SMART* ada 3 jenis yaitu pembobotan secara langsung (*direct weighting*), pembobotan *swing* (*swing weighting*) dan pembobotan *centroid* (*centroid weighting*). Pembobotan secara langsung lebih fleksibel karena user dapat mengubah bobot kriteria sesuai dengan tingkat kepentingan kriteria yang diinginkan.

*UML (Unified Modelling Language)* adalah sebuah bahasa. Suatu Bahasa terdiri dari kata-kata, dan memiliki aturan untuk menggabungkan kata-kata tersebut, sehingga tercipta komunikasi. (Booch, 2005).

Penggunaan model ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang termasuk dalam lingkup sistem yang dibahas dan bagaimana hubungan antara sistem dengan subsistem maupun sistem lain diluarnya.

*UML* yang akan digunakan dalam menganalisis sistem, yaitu:

- 1) *Use Case Diagram*
- 2) *Activity Diagram*
- 3) *Sequence Diagram*
- 4) *Class Diagram*

*Decision Support System (DSS)* atau Sistem Pendukung Keputusan menurut (Kusrini, 2007, hal. 11) *SPK* merupakan sistem informasi interaktif yang menyediakan informasi, permodelan, dan pemanipulasian data. Sistem ini digunakan untuk membantu pengambil keputusan dalam situasi semi terstruktur maupun tidak terstruktur.

Sistem Pendukung Keputusan (*SPK*) adalah pengembangan dari sistem informasi manajemen terkomputerisasi yang dirancang sedemikian rupa sehingga bersifat interaktif dengan pemakainya. Interaktif dengan tujuan memudahkan

integrasi antarkomponen dalam proses pengambilan keputusan manajerial sehingga kredibilitas instansi tersebut semakin lebih baik. Kegiatan pembuatan keputusan meliputi pengidentifikasian dan pencarian alternatif penyelesaian masalah, evaluasi dari alternatif dan pemilihan alternatif keputusan terbaik.

Proses pemilihan alternatif keputusan biasanya terdiri dari langkah-langkah berikut, yaitu:

- 1) Tahap Inteligensi, dalam pengambilan keputusan meliputi *scanning* (pemindaian) lingkungan. Inteligensi mencakup berbagai aktivitas yang menekankan identifikasi situasi atau peluang masalah.
- 2) Tahap Desain, meliputi penemuan atau mengembangkan dan menganalisis tindakan yang mungkin untuk dilakukan. Meliputi pemahaman terhadap masalah dan menguji solusi yang layak.
- 3) Tahap Pemilihan, merupakan tindakan pengambilan keputusan yang kritis. Tahap pemilihan adalah tahap di mana dibuat suatu keputusan yang nyata dan diambil suatu komitmen untuk mengikuti suatu tindakan tertentu. Batas antara tahap pemilihan dan desain sering tidak jelas karena aktivitas tertentu dapat dilakukan selama kedua tahap tersebut dan arena orang dapat sering kembali dari aktivitas pilihan ke aktivitas desain.
- 4) Tahap Implementasi, suatu solusi yang diusulkan untuk suatu masalah adalah inisiasi terhadap hal baru, atau pengenalan terhadap perubahan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis sistem dapat didefinisikan sebagai penguraian dari sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasikan dan mengevaluasi permasalahan serta kebutuhan sehingga dapat diusulkan perbaikan.

Setelah dilakukan pengumpulan data, ditemukan permasalahan t Sistem

Pendukung Pengambilan Keputusan dalam *sistem smart launch* berdasarkan rating yaitu :

- 1) *Brand* yang kesulitan mencari media partner untuk partner launching produk dengan kriteria dan kualitas yang belum diketahui.
- 2) *Brand* mendapatkan rekomendasi *media partner* yang sesuai kriteria.

Dalam merancang bangun Sistem Pendukung Keputusan (SPK). Tahap analisa ini berisi identifikasi dan evaluasi permasalahan yang ada serta kebutuhan apa yang dibutuhkan dalam pembuatan sistem berbasis web.

Gambaran dalam penggunaan Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan dalam Pemilihan Media Partner Berbasis Web Menggunakan Metode *Simple Multi Attribute Rating Technique (SMART)* ini, yaitu:

- 3) Pengguna diwajibkan untuk memiliki akun dengan cara Sign Up, lalu setelah itu pengguna harus melakukan Login yang akan membawa pengguna masuk ke halaman utama Smart Launch. Di halaman utama Smart Launch terdapat kategori fitur, yaitu:

- a) Cari Media : dalam menu ini, Admin dan Brand dapat melihat kategori informasi beberapa media partner berdasarkan rating, baik dari rating tertinggi hingga rating terendah
- b) Event : dalam menu ini, Brand dapat membuat Event dengan mengisi form yang telah disediakan oleh sistem seperti menentukan tanggal dan waktu, memilih venue yang ingin ditentukan dan memilih media partner sesuai keinginan, admin dapat melihat Event yang telah dibuat oleh Brand kemudian akan melakukan proses setuju atau tidak setuju untuk Event tersebut.

c) Review

- Brand, dalam menu ini, Brand dapat melihat hasil review yang telah dibuat oleh media jurnalis dan blogger untuk menentukan penilaian kinerja media.

- Media ; dalam menu ini, Media dapat melakukan review dengan menulis deskripsi tentang produk yang telah dilakukan testimoni dan melakukan upload foto dan video.
- d) Penilaian, dalam menu ini, Brand memberikan penilaian kepada kinerja media untuk selanjutnya diproses sebagai rapot kerja yang akan diterima oleh para media yang telah menyelesaikan event, Dalam menu ini, Admin dapat melihat penilaian yang telah diberikan oleh Brand kepada media.
- e) Pengaturan
  - Brand dapat melakukan edit profile dan logout
  - Media dapat melakukan edit profile dan logout
  - Admin, brand dapat melakukan edit profile dan logout

Penghitungan *Simple Multi Attribute Rating Technique (SMART)* untuk menentukan pemilihan media partner berkualitas berdasarkan rating :

- 1) Menentukan kriteria yang dibutuhkan dengan memberi nilai *utility* dan memberikan bobot kriteria dengan skala 0-100 berdasarkan prioritas.

Tabel 3.1 Kriteria

No	Kriteria	Nilai	Bobot (w)
1	Pelayanan		50%
	Sangat Baik	100	
	Baik	85	
	Cukup	65	
	Kurang Baik	40	
2	Tepat Waktu		30%
	Sebelum Event dimulai	100	
	Sesuai waktu yang ditetapkan	70	
	Terlambat 15 menit	50	
3	Keramahan		20%
	Tinggi	100	
	Sedang	75	
	Rendah	50	

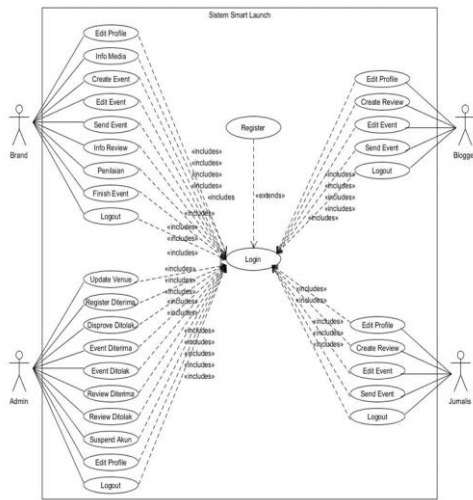
- 2) Langkah berikutnya menormalisasikan bobot kriteria sesuai kebutuhan.

Tabel 3.2. Normalisasi

No	Kriteria	Bobot	Normalisasi
1	Pelayanan	50%	0,5
2	Tepat Waktu	30%	0,3
3	Keramahan	20%	0,2

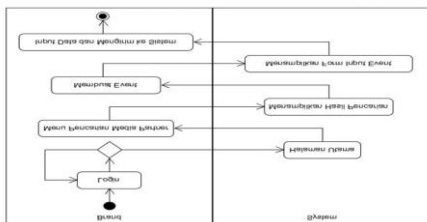
Perancangan Sistem

Berikut dibawah ini merupakan *use case diagram* pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Media Partner* Berbasis Web:



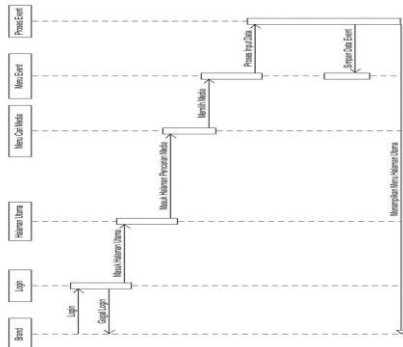
Gambar 3.1. Use Case Smart Launch

Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Media Partner* Berbasis Web, *activity diagram* dibagi menjadi beberapa aktivitas yakni, sebagai berikut:



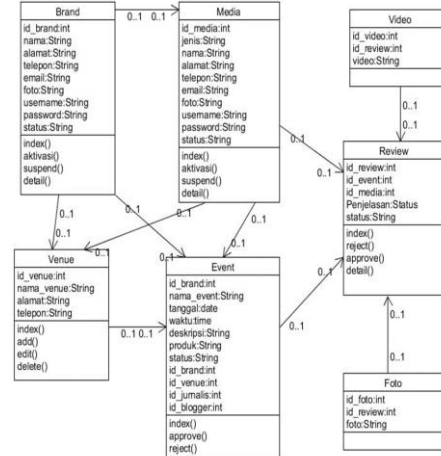
Gambar 3.2. Activity Diagram Brand

Pada Sistem Pendukung Keputusan pemilihan produk skin care berbasis android ini, terdapat beberapa sequence diagram, yaitu sebagai berikut:

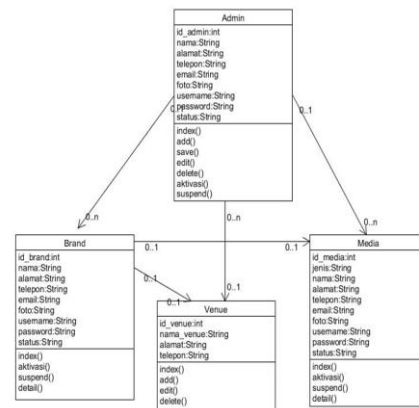


Gambar 3.3. Sequence Diagram Brand

*Class Diagram* adalah suatu diagram yang memperlihatkan atau menampilkan struktur dari sebuah system, menampilkan system kelas, atribut dan hubungan antara kelas. Berikut merupakan *class diagram* pada aplikasi ini:

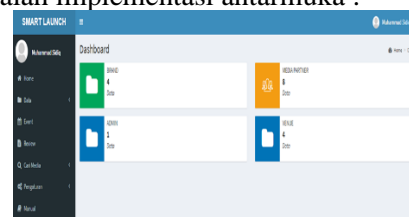


Gambar 3.4. Class Diagram User



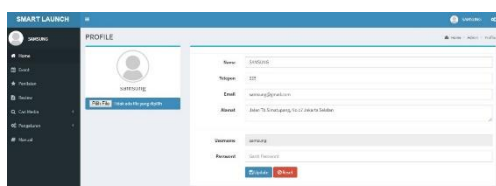
Gambar 3.5. Class Diagram Admin

Implementasi antarmuka dilakukan dengan setiap halaman sistem yang dibuat dalam bentuk file program. Antarmuka dari sistem ini memberikan kenyamanan untuk pengguna tidak rumit dan mudah dipahami oleh pengguna. Berikut ini adalah implementasi antarmuka :

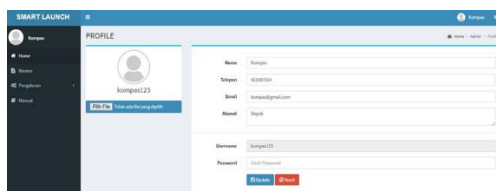


Gambar 3.6. Menu Utama Admin





Gambar 3..7 Menu Utama Brand



Gambar 3.8. Menu Utama Media

## 5. KESIMPULAN

1. Sistem Smart Launch ini menggunakan metode *Simple Multi Attribute Rating Technique* agar User dapat menentukan media sesuai dengan rating terbaik
2. Sistem Smart Launch membantu pelaku usaha yang ingin memasarkan produknya pada saat launching produk dalam mencari *media partner* yang memudahkan kerjasama antara perusahaan dan jurnalistik, sistem pemilihan untuk meliputi dan melakukan test produk pada event launch yang berbasis web.
3. *Sistem Smart Launch* dapat memberikan informasi kualitas kinerja media partner berdasarkan rating sebagai sarana untuk memasarkan produk ke masyarakat melalui media informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- el\_monica. (2017, Agustus 16). *metode-simple-multi-attribute-rating-technique-smart*. Retrieved from el\_monica:  
<https://tech.elca.id/blog/metode-simple-multi-attribute-rating-technique-smart/>
- Kadir, A. (2009). *Membuat Aplikasi Web dengan PHP + Database MySQL*. Yogyakarta: Andi.

- N, S. (2014, 04 24). *pengertianku*. Retrieved from .net: <http://www.pengertianku.net/2015/09/pengertian-uml-dan-jenis-jenisnya-serta-contoh-diagramnya.html>
- oliviagnesantoso. (2016, 02 18). *oliviaagnez*. Retrieved from wordpress.com:  
<https://oliviaagnez.wordpress.com/2016/02/18/pengertian-website-dan-contohnya/>
- Arief M Rudianto. 2011. *Pemrograman Web Dinamis menggunakan PHP dan MySQL*. C.V Andi Offset. Yogyakarta.
- Alex Sobur, (2006), *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suatu Pengantar untuk Analisa Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis framing, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Krismaji, (2015), *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi Keempat, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta
- [Booch 2005] Booch, G., James Rumbaugh, Ivar Jacobson. *The Unified Modeling Language User Guide*, Addison Wesley, New York, 2005.
- Kusrini. 2007. *Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Penerbit Andi, Yogyakarta